

**MOTIF REMAJA DALAM MENONTON TAYANGAN ACARA
“PRIMITIVE RUNAWAY” DI TRANS TV**
(Studi Deskriptif Tentang Motif Remaja Di Surabaya Terhadap Tayangan
Acara “Primitive Runaway” Di Trans TV)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



Oleh:
DAMAR CANGGIH SAPUTRA
NPM. 0643010400

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2011**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal berjudul **“MOTIF REMAJA SURABAYA DALAM MENONTON REALITY SHOW ”PRIMITIVE RUNAWAY” di TRANS TV (Studi Deskriptif Motif Remaja Surabaya Terhadap Acara “ primitive runaway” di TransTV).**

Penulisan proposal ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan akademis bagi mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan penulisan proposal ini atas bimbingan dan bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak.

Pada kesempatan ini, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Ir.H Didiek Tranggono Msi. sebagai Dosen Pembimbing Utama yang senantiasa memberikan waktu pada penulis dalam penyusunan proposal penelitian ini.
2. Ibu Suparwati Msi., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UPN “Veteran” Jawa Timur,
3. Bapak Juwito, S. Sos., MSi., Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

4. Orang tuaku tercinta, Ayah dan Ibu yang dengan kasih sayangnya yang besar dan dengan kesabarannya yang begitu besar yang telah memberikan bantuan baik materiil maupun moril dengan tulus ikhlas dan tanpa pamrih.
5. Teman – teman seperjuangan yang telah banyak memberikan bantuan dan dorongan agar penelitian ini bisa cepat selesai

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat serta karuniaNya atas jasa-jasanya yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna. Karena apabila terdapat kekurangan didalam menyusun proposal ini, peneliti dengan senang hari menerima segala saran dan kritik demi sempurnanya skripsi ini.

Surabaya, November 2010

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAKSI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.3.1. Kegunaan Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Televisi	12
2.1.2. Pengaruh Televisi Terhadap Sistem Komunikasi	13
2.1.3. Teori Kebutuhan	14
2.1.4. Definisi dan Deskripsi Motif	15
2.1.5. Remaja Sebagai Pemirsa Televisi	17

2.1.6. Tayangan Reality Show	19
2.1.7. Acara Scary Job di Trans7	20
2.1.8. Teori <i>Uses and Gratifications</i>	21
2.2. Kerangka Pikir	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Definisi Operasional	25
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	31
3.2.1. Populasi	31
3.2.2. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	31
3.3. Teknik Pengumpulan Data	33
3.4. Teknik Analisis Data	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1. Sejarah Singkat Trans 7	35
4.1.2. Tayangan <i>Scary Job</i>	37
4.1.3. Masyarakat Surabaya	38
4.2. Penyajian Data dan Analisa	
.....	40
4.2.1. Identitas Responden	
.....	41
4.2.2. Penggunaan Media	
.....	43

4.2.3. Motif Responden Menonton Acara “ <i>Scary Job</i> ” di Trans 7 di Televisi	44
4.2.3.1. Motif Kognitif	45
4.2.3.2. Motif Identitas Personal	50
4.2.3.3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	55
4.2.3.4. Motif Hiburan (<i>Diversi</i>)	60
4.2.4. Kategori Motif Secara Umum.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	42
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton ...	43
Tabel 4.5. Motif Kognitif Mencari Informasi Jenis-jenis Pekerjaan yang ada di Masyarakat	45
Tabel 4.6. Motif Kognitif Mengetahui Teknis dari Pekerjaan yang dilakukan	46
Tabel 4.7. Motif Kognitif Mengeahui Cerita Masyarakat yang Menuturkan Suka Duka Melakoni Pekerjaan.....	47
Tabel 4.8. Motif Kognitif Mendapatkan Informasi Tentang Kondisi Masyarakat dan Dunia.....	48
Tabel 4.9. Motif Kognitif Responden Dalam Menonton "Scary Job" di Trans 7	49
Tabel 4.10. Motif Identitas Personal Responden Ingin Meningkatkan Pemahaman Tentang kepribadian Diri Sendiri.....	50
Tabel 4.11. Motif Identitas Personal Responden Dapat Memupuk Rasa Empati dan Peduli dengan Lingkungan.....	52
Tabel 4.12. Motif Identitas Personal Responden Dapat Menemukan Profil atau Tokoh untuk dijadikan Panutan	53
Tabel 4.13. Motif Identitas Personal Responden Meningkatkan Pemahaman Tentang Kehidupan Bermsyarakat	54

Tabel 4.14.	Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Sebagai Pertimbangan Dalam Bergaul Dengan Masyarakat	56
Tabel 4.15.	Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Menemukan Bahan Percakapan dan Interaksi dengan Lingkungan.....	57
Tabel 4.16.	Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Memperoleh Teman Media Baru dengan Melihat Televisi	58
Tabel 4.17.	Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Memungkinkan Untuk Berhubungan Baik dengan Keluarga ..	59
Tabel 4.18.	Motif Hiburan Responden Melepaskan Sejenak Masalah yang Dihadapi	61
Tabel 4.19.	Motif Hiburan Responden Bersantai Setelah Sehari Beraktifitas.....	62
Tabel 4.20.	Motif Hiburan Responden Menghilangkan Stress Karena Rutinitas yang Padat.....	63
Tabel 4.21.	Motif Hiburan Responden Mengisi Waktu Luang... ..	64
Tabel 4.22.	Kategorisasi Motif Secara Umum	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. : <i>Uses dan Gratification Model</i>	22
Gambar 2.2. : Kerangka Berpikir	24



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden Motif Kognitif
- Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden Motif Integratif Personal
- Lampiran 4 Rekapitulasi Jawaban Responden Motif Integrasi dan Interaksi Sosial
- Lampiran 5 Rekapitulasi jawaban Responden Motif Diversi
- Lampiran 6 Data Jumlah Penduduk Menurut BPS



DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL FREKUENSI	36



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. : <i>Uses dan Gratification Model</i>	22
Gambar 2.2. : Kerangka Berpikir	23
Gambar 3.1 : Bagan Two-stage Cluster Random Sampling	32



ABSTRAKSI

DAMAR CANGGIH SAPUTRA, MOTIF REMAJA SURABAYA TERHADAP TAYANGAN REALITY SHOW “PRIMITIVE RUNAWAY” DI TRANS TV. (Studi Deskriptif Motif Remaja Surabaya Terhadap Acara “Primitive Runaway” di Trans TV).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif remaja Surabaya dalam menonton program acara “Primitive Runaway” di Trans TV.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Teori *Uses* dan *Gratifications*, televisi, teori kebutuhan dan teori tentang motif

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan tabel frekuensi dan data dari hasil penelitian untuk selanjutnya dianalisis secara deskriptif dari setiap pertanyaan yang diajukan. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja berusia 13-21 tahun di kota Surabaya yang menonton acara reality show “Primitive Runaway” di TransTV. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random sampling*

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa remaja di Surabaya memiliki motif yang tinggi terhadap acara “Primitive Runaway” di TransTV ini. Selanjutnya kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah bahwa empat motif yang diamati yakni motif kognitif, identitas personal, integrasi dan interaksi sosial serta motif hiburan berada pada kategori tinggi artinya bahwa remaja di Surabaya usia 13-21 tahun tidak menemukan informasi dan hiburan yang bertemakan kebudayaan di lingkungan sekitar.

Kata kunci : Motif, Reality Show, Primitive Runaway, Remaja Surabaya

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan perkembangan ilmu komunikasi dan teknologi informasi begitu pesatnya pada beberapa dasawarsa belakangan ini. Hal ini memungkinkan kita mengkaji dan mempraktekkan komunikasi dengan lebih efektif dibandingkan dengan usaha kita waktu yang lampau. Juga, menyebabkan kita lebih banyak menaruh perhatian pada keluasan jangkauan pesan yang dapat dikirimkan kepada sebanyak mungkin khalayak. Selain itu, perhatian lebih besar diarahkan pada aspek-aspek yang sifatnya teknologis, seperti realitas kecanggihan perangkat komunikasi daripada dampak realitas social dalam kaitan hubungan antar manusia.

Relasi-relasi sosial kini tidak bisa memisahkan diri dari terpaan media massa yang kian gencar dan tidak terhindarkan. Desingan-desingan pesan menyelinap lalu-lalang di lingkungan kita, bahkan yang amat pribadi. Televisi, radio, surat kabar, film, buku memproduksi pesan tiap menit yang membentuk pola kita dalam berinteraksi dengan orang lain. (Winarso, 2005:v)

Televisi sebagai bagian dari kebudayaan audio visual merupakan media paling berpengaruh dalam membentuk sikap dan kepribadian masyarakat secara luas. Hal ini disebabkan oleh satelit dan pesatnya perkembangan jaringan televisi yang menjangkau masyarakat hingga ke wilayah terpencil. Kultur yang dibawa oleh televisi dengan sendirinya mulai tumbuh di masyarakat. (Wibowo, 2007:17)

Kelebihan televisi dari media massa lainnya ialah kemampuan menyajikan berbagai kebutuhan manusia, baik hiburan, informasi, maupun pendidikan dengan

sangat memuaskan. Penonton TV tidak perlu susah-susah pergi ke gedung bioskop atau gedung sandiwara karena pesawat TV menyajikan ke rumahnya. (Effendy, 2004:60)

Televisi merupakan media massa elektronik yang paling akhir kehadirannya. Meskipun demikian, televisi dinilai sebagai media massa yang paling efektif saat ini, dan banyak menarik simpati serta perhatian masyarakat luas, ini dikarenakan pada televisi perkembangan teknologinya sangat cepat. Hal ini disebabkan oleh sifat audio visualnya yang tidak dimiliki oleh media massa lainnya, sedangkan dalam hal penayangannya televisi memiliki jangkauan yang tidak terbatas. Dengan modal visual yang dimiliki, siaran televisi bersifat sangat komunikatif dalam memberikan pesan-pesannya, karena itulah media televisi sangat bermanfaat sebagai upaya pembentukan sikap maupun perilaku dan sekaligus perubahan pola berpikir. (Sastro, 1992 : 23).

Pertelevisian di Indonesia dewasa ini berkembang sangat pesat. Tentu ini merupakan salah satu fakta tumbuhnya perekonomian didalam dan luar negeri sejalan juga dengan semangat mewujudkan demokratisasi. Kegiatan manusia (pemirsa televisi) dalam menonton televisi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka baik berupa informasi, pendidikan maupun hiburan. Kebutuhan pemirsa yang demikian besar pun dapat dimengerti oleh satasiun televisi sehingga semua stasiun televisi berlomba-lomba dalam memberikan acara yang menarik dan menambah acara hiburannya. Sesuai dengan perkembangan jaman yang selalu maju, banyak stasiun televisi swasta memberikan suguhan hiburan yang menarik untuk ditonton. Hiburan-hiburan televisi bisa berupa acara musik, Film asing maupun lokal, acara komedi, sinetron, talkshow, reality show maupun kuis.

Dunia pertelevisian di Indonesia berkembang dengan pesat, terbukti dengan hadirnya 11 stasiun televisi, yaitu RCTI, SCTV, AN-TV, INDOSIAR, TRANS TV, TRANS 7, METRO TV, TV ONE, Global Tv, MNC TV dan TVRI yang mengudara secara nasional dan juga beberapa TV local.

Televisi memang tidak pernah kehabisan ide untuk menarik perhatian pemirsa, setelah televisi berhasil memikat pemirsa dengan tayangan infotainment dan sinetron, kini para kreator program menyita para pengikutnya dengan acara baru, yaitu Reality show dengan format tayangan variety show dan bersaing untuk mendapatkan rating yang tinggi. Perkembangan yang semakin pesat tersebut dirasakan sejak lahirnya televisi swasta pertama di Indonesia yaitu RCTI pada tahun 1989 di Jakarta. Saat ini tidak kurang dari 10 stasiun televisi swasta nasional yang melakukan siaran dan ini belum termasuk apa yang disebut dengan TV komunitas (lokal).

Maraknya persaingan antara stasiun televisi swasta berpengaruh pada program acara yang dibuat, mulai acara berita, reality show, music, film, sinetron, pendidikan, kesehatan, misteri, kriminalitas, talk show, sampai acara yang menampilkan subjek dan obyek realitas, yakni program acara yang diangkat berdasarkan kisah nyata. Dengan berbagai macam acara yang ditampilkan akan membuat pemirsa televisi bebas untuk memilih acara-acara mana yang disukai.

Berkaitan dengan program acara reality show, Trans TV merupakan salah satu stasiun televisi swasta nasional yang memiliki program reality show seperti *termehkek-mehekek*, *realigi*, *IMB*, *primitive runaway*, *jika aku menjadi*, *jelajah*, dan *kejamnya dunia*. Sebuah program yang sedikit unik adalah *primitive runaway*, tayangan yang hadir setiap hari jum'at pukul 19.30 – 20.30 WIB. Sebuah program

yang mengajak seorang artis bersama salah satu sahabat, keluarga, suami-istri atau orang terdekatnya untuk tinggal (menetap) di salah satu suku yang ada di Indonesia, untuk mempelajari semua adat istiadat, budaya maupun kebiasaan sebuah suku.(<http://www.transtv.co.id/>)

Program yang berdurasi sekitar 60 menit tersebut menyuguhkan realitas kehidupan sehari-hari masyarakat yang hidup di pedalaman Indonesia. Bagaimana jika seorang selebriti hidup bersama suku pedalaman Indonesia dengan segala keterbatasan seperti mandi disungai, memasak dengan menggunakan kayu bakar, berpakaian ala kadarnya. Tayangan ini tidak hanya mengajak selebriti bermain-main, tetapi juga membangun rasa empati dan merasakan kehidupan penuh risiko dan menantang.

Reality show “primitive runaway” ini sengaja dibuat untuk melihat sejauh mana seorang selebriti untuk mempelajari semua adat istiadat, budaya maupun kebiasaan sebuah suku. kebiasaan yang terkadang luput dari perhatian kita. Dengan dipandu langsung oleh selebriti yang mengisi acara tersebut program berdurasi 60 menit itu menyuguhkan kehidupan dan kebiasaan suku pedalaman yang luput dari kehidupan kita.

Dalam program acara ini tidak hanya menyentuh hiburan dan informasi tetapi dapat mengukur seberapa besar kepedulian ketika dihadapkan dengan orang-orang yang hidup didalam suku pedalaman dan penonton akan lebih peduli dengan lingkungan sekitar dan menjadikan interaksi social dengan masyarakat menjadi lebih baik. Terkadang, penonton dibuat tersenyum melihat reaksi spontan dari bintang tamu yang menjadi kaget, bahkan takut saat mengetahui budaya maupun kebiasaan sebuah suku yang akan dilakukannya. Di reality show “primitive runaway” ini

bintang tamu baru akan mengetahui budaya maupun kebiasaan sebuah suku sampai di lokasi kerja. Ditemani seorang pemuka adat dalam pekerjaan tersebut para selebriti akan ditantang melakukan kebiasaan yang sehari – hari disuku tersebut.

Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang motif remaja Surabaya dalam menonton tayangan reality show "primitive runaway" yang ditayangkan oleh Trans TV. Keunikan acara ini adalah para selebriti akan diajak untuk tinggal (menetap) disuatu suku yang ada di Indonesia untuk mempelajari semua adat istiadat, budaya, maupun kebiasaan sebuah suku.

Menurut Thorn Burg, motif merupakan sesuatu yang menggerakkan tingkah laku, selain itu motif memberikan arah bagi tingkah laku, motif juga dapat menimbulkan intensitas dalam bertindak, serta merupakan kunci pemuas kebutuhan. Motif dapat timbul karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi. Individu merespon kebutuhan tersebut dengan bertindak laku, bertindak untuk memenuhi kebutuhan tersebut melalui penggunaan media. (Effendy, 1989 : 34)

Kebutuhan-kebutuhan (needs) inilah yang menyebabkan timbulnya motif yang mendorong aktifitas individu menggunakan media tertentu, artinya individu mencari pemuasan sejumlah kebutuhan dari penggunaan media karena didorong oleh sejumlah motif yang mempengaruhinya. Motif adalah pengertian yang melingkupi seluruh penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan individu berbuat sesuatu (Gerungan,2000:140). Menurut McQuail (2002:72) motif meliputi: motif kognitif yaitu kebutuhan akan informasi dan kebutuhan untuk mencapai tingkat tertentu yang diinginkan, Motif Identitas Pribadi yaitu kebutuhan menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khlayak sendiri, Motif Integrasi

dan Interaksi Sosial yaitu kebutuhan akan Integrasi dan Interaksi Sosial, dan Motif Hiburan yaitu kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan. Maka pada dasarnya motif itu timbul karena adanya kebutuhan, dengan kata lain motif merupakan ciri dari kebutuhan atau identik dengan kebutuhan. Dari berbagai kebutuhan tersebut muncul teori *Uses and gratification* mengasumsikan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Effendi, 2003:290). Selanjutnya berkaitan dengan pemilihan dan penggunaan media maka penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications*, dimana sebenarnya khalayak adalah pihak yang aktif dan menggunakan media tertentu untuk memenuhi kebutuhannya. (Rakhmat, 2001 : 65)

Motif kognitif, adalah motif yang mendasari penonton dalam membutuhkan informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia. Mendapatkan pengetahuan tentang hal-hal yang ada atau terjadi di sekitar mereka. Penonton ingin memuaskan rasa ingin tahu dan mengetahui minat umum. keinginan untuk belajar atau bisa juga untuk pendidikan diri sendiri. Dan juga bisa untuk memperoleh rasa aman dan memupuk empati melalui penambahan pengetahuan penonton melalui tayang “primitive runaway”, mungkin melalui informasi dari “primitive runaway” penonton akan lebih peduli dengan lingkungan sekitarnya.

Motif identitas personal adalah motif yang mendasari penonton untuk menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, mengidentifikasi diri dalam nilai-nilai lain, meningkatkan pemahaman tentang diri

sendiri. Dengan contoh, penonton dapat mengukur seberapa besar kepedulian dan empati dirinya ketika di hadapkan dengan orang – orang yang hidup didalam suku pedalaman seperti di tayangkan dalam “primitive runaway”

Motif integrasi dan interaksi sosial adalah motif yang mendasari penonton untuk memenuhi kebutuhan tentang bagaimana mereka berhubungan dengan lingkungan sekitar mereka, bagaimana mereka bergaul dan berinteraksi dengan masyarakat. Mungkin dengan menonton dan menyaksikan bagaimana sulitnya para selebritis hidup dan tinggal menetap bersama suku pedalaman, penonton akan lebih bisa lebih peduli dengan lingkungan sekitarnya dan menjadikan interaksi social dengan masyarakat mnjdai lebih baik.

Motif Diversi adalah motif yang mendasari penonton untuk melepaskan diri dari permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwadan estetis, penyaluran emosi, dan mengisi waktu. Mungkin dengan menonton tingkah para selebritis yang terlihat konyol dan lucu saat melakukan pekerjaannya dalam “*primitive runaway*” penonton dapat lepas dari kepenatan dan mendapatkan semangat baru untuk beraktifitas kembali.

Jadi jelaslah individu menggunakan media massa karena didorong oleh motif–motif tertentu. Artinya, individu mencari pemuasan sejumlah kebutuhan dari penggunaan media karena didorong oleh sejumlah motif yang mempengaruhinya. Ada berbagai kebutuhan yang dapat dipuaskan oleh media massa. Kita ingin mencari kesenangan, media massa dapat dapat memberikan hiburan. Kita mengalami goncangan batin, media massa memberikan kesempatan untuk melarikan diri dari kenyataan. Kita kesepian dan media massa juga dapat berfungsi sebagai sahabat. (Rakhmat, 2004 : 207).

Televisi sebagai bagian dari kebudayaan audio visual merupakan media paling berpengaruh dalam membentuk sikap dan kepribadian masyarakat secara luas. Hal ini disebabkan oleh satelit dan pesatnya perkembangan jaringan televisi yang menjangkau masyarakat hingga ke wilayah terpencil. Kultur yang dibawa oleh televisi dengan sendirinya mulai tumbuh di masyarakat. (Wibowo, 2007:17)

Televisi tidak mengenal jarak dan rintangan. Peristiwa di suatu kota di Negara yang satu dapat ditonton dengan baik di Negara lain, tanpa mengenal rintangan berupa laut maupun jurang. Kehadiran televise dapat menembus ruang dan jarak geografis pemirsa (Effendy, 2000,177)

Pada penelitian ini *sampel* yang akan diteliti adalah remaja Surabaya yang berusia 13 – 21 tahun karena segmentasi dari acara *primitive runaway* ini adalah para remaja. Selain itu pada fase remaja merupakan masa dimana mereka perpindahan dari anak menuju ke dewasa serta mempunyai tingkat keingintahuan yang tinggi (selalu ingin tahu) terhadap sesuatu yang baru. Itu juga mengutip pernyataan Menteri kebudayaan dan pariwisata pentingnya remaja mengenal dan mempelajari kebudayaan adat istiadat masyarakat Indonesia (<http://okezone.com>).

Masa remaja terjadi pada usia 13 - 15 tahun, masa remaja akhir pada usia 16 – 18 tahun, dan masa dewasa awal pada usia 19 – 21 tahun, pada periode ini terjadi perubahan yang sangat berarti dalam segi psikologis, emosional, sosial, serta intelektualnya (Monks, 2002 : 260).

Kegiatan khalayak dalam menonton program acara televisi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka, baik berupa informasi, pendidikan, maupun hiburan. Akan tetapi dalam masalah kepuasan, khalayak

memiliki penafsiran sendiri yang mungkin berbeda-beda, dan tergantung dari motif masing-masing khalayak tersebut dalam menonton program acara di televisi.

Dalam penelitian ini peneliti memilih lokasi di Surabaya, yaitu remaja dengan umur 13 – 21 tahun . Pemilihan kota Surabaya sebagai lokasi penelitian dikarenakan kota Surabaya adalah kota metropolis kedua setelah Jakarta yang dimana aktivitas malam hari sama dengan siang hari. Juga karena saat ini siaran televisi sudah menjangkau hampir seluruh daerah di Indonesia.

1.1. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka masalah yang diajukan adalah : Bagaimana motif remaja Surabaya dalam menonton tayangan reality show primitive runaway di Trans TV ? .

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif remaja Surabaya dalam menonton tayangan reality show primitive runaway di Trans TV.

1.2.1 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi tentang penelitian terhadap motif khalayak dalam mengkonsumsi media, khususnya media televisi sebagai referensi yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi industri media untuk memperhatikan kebutuhan khalayak. Selain itu penelitian dapat memberikan motivasi bagi industri media untuk selalu kreatif dalam mengemas program acaranya tanpa mengabaikan sisi edukatifnya.

